Os contos de fada e a indústria cultural

Natacha Paola Crusco

Prefeitura Municipal de Bauru- UNIMAR

E-mail: Natacha_paola@yahoo.com.br

Pôster

Pesquisa concluída

A proposta desse trabalho é rever os contos de fadas através de uma análise pedagógica, para isso apresentamos o conceito de contos de fadas e sua devida importância na sala de aula, os escritores clássicos e suas contribuições para a Literatura Infantil Universal. Enfatizamos o conto de fadas "Chapeuzinho Vermelho" devido seu conhecimento ser universal e suas versões serem bastante controversas. Primeiramente trabalhamos O que são os contos de fadas? E suas contribuições na Educação, para isso utilizamos Bettleim (1980) que apesar de antigo é um clássico quando se fala em psicanálise de contos de fadas. Posteriormente fizemos uma breve explanação sobre os iniciadores dos contos de fadas no mundo: Perrault , Andersen, La Fontaine e Irmãos Grimm segundo Coelho (2003) . Após apresentamos a história de Chapeuzinho Vermelho e suas diferentes versões que conhecemos, desde a Antiguidade Grega até o mais novo filme de Hollywood e para finalizar enfatizaremos a presença da indústria cultural nessas obras

Tomando o livro de literatura infantil como um produto de retorno garantido para o mercado editorial e com características, portanto, de mercadoria que transita no espaço escolar, o conceito de indústria cultural é importante para a elucidação dos processos constitutivos do livro produto.

A superação dessa condição de entreposto de venda de livros exercida pelas instituições escolares passa pela apreensão teórica da forma pela qual

um livro se torna produto de consumo da indústria cultural. Na medida em que se conhece tal processo, retomam-se as possibilidades de resgate das características inerentes a uma criação artística. A compreensão dessas questões passa ainda pelo aprofundamento teórico mais amplo do modelo de cultura construído pela sociedade moderna, marcada pela indústria cultural, e pelo desvelamento da racionalidade que estrutura a funcionalização da leitura do livro literário na educação global do indivíduo.

O termo “indústria cultural” foi empregado por Adorno e Horkheimer em 1947 no livro A dialética do esclarecimento, em substituição à expressão “cultura de massas”, usada anteriormente pelos autores. No seu entendimento, cultura de massas seria a cultura surgida espontaneamente das próprias massas, da forma contemporânea da arte popular, sendo que a indústria cultural se distingue radicalmente desta por constituir-se pela união dos domínios da arte superior e da arte inferior, com prejuízo para ambas.

Para Adorno (1994, p. 94), “a indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores”. As massas deixam de ser fator primeiro de preocupação, para se tornarem elemento secundário do processo de produção, a partir da especulação do estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas, exercida pela indústria cultural. O consumidor não é sujeito dessa indústria, mas seu objeto; não é a medida, mas a ideologia dessa indústria.

Adorno e Horkheimer (1991), analisando o movimento real da sociedade burguesa, apontam para o modelo de cultura do homem moderno, em que a técnica conquista terreno e poder sobre a sociedade. Essa relação transforma a cultura genuinamente popular de massas em produtos que se adaptam ao consumo das massas. Na sociedade contemporânea, as coisas e os seres tendem a se transformar em mercadorias, orientados pela exigência do lucro. Sob a ótica da indústria cultural, os bens culturais passam a ser identificados com a necessidade produzida.

A sociedade industrial instalou em todas as esferas da vida humana o modelo da “gigantesca maquinaria econômica”, atingindo tanto o trabalho quanto o descanso do indivíduo, e a indústria cultural desenvolveu-se

transformando suas manifestações em reproduções modeladas pela indústria em seu todo, com o predomínio do efeito, da performance do produto final. Instaurou-se uma falsa identidade do universal e do particular.

Ao reproduzir as engrenagens da estrutura econômica, a indústria cultural apropriou-se da técnica como meio de padronização e de produção em série, disseminando bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. Adorno afirma que “a indústria cultural desenvolveu-se com o predomínio que o efeito, a performance do tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra, que era outrora o veículo da Ideia e com essa foi liquidada”. A perda da totalidade da criação artística levou a uma uniformização do todo com seus detalhes que passaram a exibir os mesmos traços, “na medida em que entre eles não existe nem oposição nem ligação” (1985, p. 118).

A indústria cultural empresta a seus produtos um caráter de montagem semelhante ao da indústria geral, alienando-os de sua totalidade significativa a partir da separação dos elementos que os constituem e delegando a eles finalidades exteriores ao que a obra representa. Os bens culturais tornam-se mercadorias embaladas com características externas produzidas para fins puramente publicitários: “tanto técnica quanto economicamente, a publicidade e a indústria cultural se confundem” (Adorno, 1985, p. 158). Mas o aspecto exterior da obra não garante sua essência.

O poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida e das manifestações culturais transformadas em produtos de entretenimento e diversão, e, “na exigência do entretenimento e relaxamento, o fim absorveu o reino da falta de finalidade” . Portanto, a pretensão de utilizar a arte se torna total e transforma a estrutura econômica interna das mercadorias culturais. Assimilando-se por completo à necessidade, a criação artística é percebida do ponto de vista da possibilidade de servir para outra coisa qualquer.

Na perspectiva de Adorno (1985, p. 148), o que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés de prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é

conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor. [...] Tudo só tem valor na medida em que se pode trocá-lo, não na medida em que se é algo em si mesmo. O valor de uso da arte, seu ser, é considerado como um fetiche, e o fetiche, a avaliação social que é erroneamente entendida como hierarquia das obras de arte, tornou-se seu único valor de uso, a única qualidade que elas desfrutam.

E é exatamente dentro dessa necessidade produzida que se localiza o livro de literatura infantil, ao ser colocado no mercado escolar para o consumo. Ao classificar seus livros num catálogo para divulgação, a indústria editorial os transforma em produtos adequados às necessidades detectadas ou criadas para as escolas. Na realidade o livro continua a ser o mesmo, mas sua publicidade corresponde às necessidades previamente traçadas pelo mercado.

Estudar a construção do leitor à luz da indústria cultural leva à reflexão do caráter mercantil que a educação do indivíduo alcançou pela padronização e generalização do modo de produção. Para Adorno (1985, p. 136), “a indústria cultural realizou maldosamente o homem como ser genérico.”

Adorno (1985, p. 150) atesta “que a universalização da indústria cultural e a eliminação do privilégio da cultura pela venda dos bens culturais [servem], nas condições sociais existentes, justamente para a decadência da cultura e para o progresso da incoerência bárbara”. Apesar disso, ainda aposta na educação como formação do indivíduo e como algo capaz de proporcionar a emancipação pela autonomia da razão.

O processo de coisificação, pelo predomínio da indústria cultural que tudo administra e controla, supõe o triunfo da razão instrumental sobre a razão prática: “o domínio do mundo natural exterior através da razão instrumental levou ao controle do mundo social e também da natureza interior do homem, de sua consciência crítica, de sua capacidade de autonomia enquanto sujeito” (Adorno, 1995, p. 247). A razão instrumental constitutiva do mundo moderno determina o lucro como critério orientador da ação, em termos políticos e sociais, ameaçando a consciência crítica. Traduz, portanto, a retificação das consciências, predomínio do aspecto instrumental da razão.

No texto “Conceito de Iluminismo”, Adorno e Horkheimer (1991, p. 22) caracterizam a constituição da razão instrumental pelo processo técnico, no qual a consciência do indivíduo foi reificada, sua capacidade de significar foi extirpada e “a própria razão tornou-se mero instrumento auxiliar do aparato econômico que tudo abrange, [transformando-se em] puro órgão dos fins”.

Palavras-chave: Contos de fadas, Literatura Infantil , Chapeuzinho Vermelho e Indústria Cultural.

Referências:

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1991 [1947].

BETTELHEIM, B. **Psicanálise dos contos de fadas** . Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1980.

Chapeuzinho Vermelho. **http://www.jornalinfinito.com.br/series.asp?cod=42** . Acesso em 12 de novembro de 2009.

COELHO,N.N. **Os contos de fadas**. São Paulo: DCL, 2003.

CORSO, M ; CORSO D. L. Histórias clássicas. In:_____ **Fadas no Divã**. São Paulo, Contexto, 2004 .

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**: Livromed, 1946.

Jean de La Fontaine. **Biografia**. UOL Educação. http://educacao.uol.com.br/biografias/ult1789u587.jhtm. Acesso em 12 de novembro de 2009.

PUCCI, Bruno. Teoria crítica e educação. In : **Teoria crítica e educação.** Petrópolis: Vozes, 1994. p. 11-58.

TATAR, M. **Contos de fadas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.